



*Leitfaden*  
**facebook**

---

**Arbeitshilfe zur Erstellung  
einer Facebook-Organisationsseite**

# Inhalt

- Seite 3** Vorwort
- Seite 5** Facebook-Leitfaden
- Seite 18** Daten und Fakten –  
Statistische Ergebnisse des Allenbach-Instituts zum Thema  
Facebook und Soziale Medien
- Seite 22** Facebook – eine kurze Biografie

## Impressum:

### Herausgeber:

Kolpingwerk Diözesanverband  
Bamberg

**Adresse:** Ludwigstraße 25  
96052 Bamberg, Tel. 0951/2087825  
info@kolpingwerk-bamberg.de  
www.kolpingwerk-bamberg.de

### Redaktion:

Wolfgang Hellmann,  
Bernd Riedl, Dipl. Wi. Jur.,

**Layout:** kobold-layout.de

**Auflage:** 1000 Stück

# Liebe Kolpingschwestern- und brüder,

wäre **facebook** ein Land, wäre es mit fast 1 Milliarde Einwohnern das drittgrößte Land der Welt. In Deutschland zählt Facebook bereits 22 Millionen Nutzer was bedeutet, dass fast ein Drittel unserer Bevölkerung in diesem Netzwerk aktiv unterwegs ist und es als Kommunikationsplattform nutzt. Mittlerweile sind in diesem Netzwerk alle Bevölkerungs- und Altersschichten vertreten.

Niemand kommt an „Social Media – soziales Netzwerk“ vorbei. Überall wird fleißig daran gearbeitet, die Kommunikation im Netz auszubauen um damit Kunden und Interessenten zu gewinnen. Diese sind bereits im Netz vorhanden und wer sie nicht für sich gewinnt ist selber schuld, sagen die Spezialisten aus diesem Bereich.

Für den Kolpingverband bzw. für die Kolpingfamilien eröffnen sich dadurch ganz neue Perspektiven. Nie war es einfacher Mitglieder, Sympathisanten und Gleichgesinnte direkt und persönlich anzusprechen um die Interessen der Kolpingfamilie und deren Arbeit vor Ort einer breiten Öffentlichkeit direkt und ohne journalistische Umwege ansprechbar zu machen und dabei vertraut, authentisch und verbindlich zu bleiben. In den Sozialen Netzwerken werden Gedanken ausgetauscht. Täglich zu jeder Zeit und unabhängig davon ob Sie dabei sind.

Die „Mund-zu-Mund-Propaganda“ ist ein wichtiger Aspekt dieser Netzwerke. Wer seine Mitglieder und Freunde mit Informationen versorgt, kann auf eine schnelle Verbreitung (Schneeballsystem) hoffen. Mit wenig Aufwand können Mitglieder und Freunde der Kolpingfamilie wichtige Nachrichten an ihre Freunde, versehen mit der Empfehlung „Gefällt mir“ oder einer persönlichen Nachricht, weiterleiten.

Beim Start Ihrer Social Media Aktivitäten ist es wichtig, zu wissen was Sie damit bezwecken möchten. Sie sollten sich über Ihr Ziel und der richtigen Strategie im Klaren sein. Geben Sie sich Antworten auf die nachstehenden Fragen:

Was und vor allem wen wollen Sie mit Facebook erreichen? Wann und wozu wollen Sie Social Media nutzen? Wer soll für die Kolpingfamilie sprechen und in welcher Form?

Es ist wichtig sich zu überlegen, wie viele und welche Informationen Sie über sich bzw. über den Verband die Kolpingfamilie im Netz veröffentlichen. Informationen, welche veröffentlicht wurden, lassen sich schwer wieder entfernen. Es ist sinnvoll die Einstellungsmöglichkeiten der jeweiligen Seiten zum Schutz der Privatsphäre zu nutzen.

Heutzutage ist bekannt, dass die verschiedenen Nachrichtenportale im Internet die Tagespresse an Lesern überholt haben und das Internet das Informationsmedium Nummer 1 geworden ist. Das muss Grund genug sein, dass die örtlichen Kolpingfamilien jetzt aktiv ins Netz gehen um das breite Angebot an z. B. Veranstaltungen, Beiträgen und vielem mehr einem breiten Publikum bekannt zu machen.

Mit unserem Leitfaden möchten wir Ihnen den Einstieg in die Welt der Social Media so einfach und leicht wie möglich machen. Nutzen Sie die Möglichkeiten und Chancen die Ihnen Facebook bietet für sich und den Kolpingverband.

Es grüßt Sie herzlichst mit einem

Treu Kolping!

Wolfgang Hellmann und Bernd Riedl



## Leitfaden

### A. Was ist Facebook?

Wie bereits angesprochen, ist Facebook derzeit das weltweit bedeutendste Social Network, welches auch in Deutschland enormen Nutzerzuwachs aufweisen kann. Facebook ist eine Online-Gemeinschaft zum Erstellen, Betreiben und Pflegen sozialer Netzwerke. Sowohl Privatpersonen (mit Profilen) als auch Organisationen (mit Seiten) können Facebook nutzen, dadurch wird schnelle und nahtlose Kommunikation ermöglicht.

### B. Warum sollte Ihre Kolpingfamilie dort vertreten sein?

Facebook ist derzeit die beliebteste Kommunikationsplattform, die sich problemlos bedienen lässt und den Anwendern viel Information und Privilegien bietet.

Die „Fans“ (Anhänger) müssen die Seite nicht ständig steuern, um informiert zu bleiben. Nutzer sollen künftig

auf einen Blick auf der Startseite von Facebook sehen können, was bei ihren Kontakten Wichtiges passiert ist – insbesondere, wenn sie das soziale Netzwerk schon eine Weile nicht mehr besucht haben.

Facebook stellt eine Mitmach-Plattform dar, auf der jeder Nutzer persönlich angesprochen werden kann und ganz einfach und authentisch einen persönlichen Dialog mit anderen Anwendern führen kann.

Mit wenig Aufwand und Pflege kann die Facebook-Seite betrieben werden. So können häufig verwendete Themen, die bisher mit langen Briefen oder Informationsschreiben erledigt wurden, bereits auf der Facebook-Seite dargelegt werden. Nicht zu letzt unterstützt Facebook einen zutreffenden Ton bei der Kommunikation, somit können Anfragen via Facebook kurz und bündig ablaufen ohne dass dies die Anwender übel nehmen würden.

Facebook erreicht auf Grund einer enormen Reichweite viele Nutzer, dadurch können Veranstaltungen einem breiten Publikum bekannt gemacht werden.

Themenbereiche auf Facebook können von den Anwendern problemlos „geteilt“ und somit ihrem ganz persönlichen Netzwerk zugänglich gemacht werden. Im optimalen Fall

verbreitet sich die Information „wie ein Virus“, also von Nutzer zu Nutzer wie ein Schneeballeffekt. Diese Dynamik sollen wir uns zu Nutze machen.

### C. Wie erstelle ich eine Facebook-Seite?

Um eine Facebook-Seite erstellen zu können, benötigen sie ein persönliches Facebook-Profil. Sollten Sie noch keines haben, so müssen Sie sich auf [www.Facebook.com](http://www.Facebook.com) registrieren. Dazu müssen Sie eine E-Mailanschrift und wenige Informationen angeben. Wichtig – geben Sie nur so wenige persönliche Daten von sich preis, wie Sie wollen. Unter dem Konto „Privatsphären-Einstellungen“ kön-

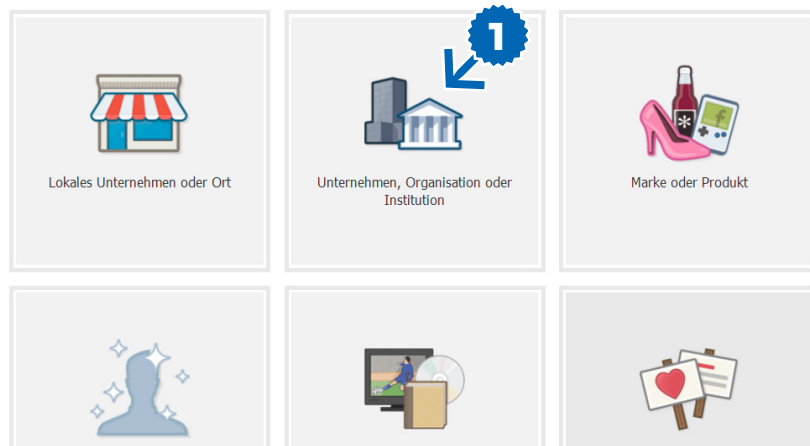
nen Sie individuell festlegen, welche Daten weitergegeben werden sollen oder nicht.

Wichtig! Überprüfen Sie von Zeit zu Zeit Ihre „Privatsphären-Einstellungen“ die Sie standardmäßig gewählt haben. Möglicherweise will Facebook auch Ihre Outlook-Kontakte „importieren“, um für Sie Freunde in Facebook zu suchen. Auch das sollte von Ihnen gut überlegt sein, ob Sie das zulassen möchten, dass Ihre Outlook-Kontakte an Facebook übertragen werden.

#### 1 Erster Schritt – Seite erstellen

Klicken Sie auf <http://www.Facebook.com/pages/create.php> und wählen Sie aus den drei vorgeschlagenen Kategorien die zutreffende Kategorie

Seite erstellen  
Erstelle eine Facebook-Seite, um eine engere Beziehung zu deinem Publikum und deinen Kunden aufzubauen.



„Unternehmen, Organisation oder Institution“ aus!



2 Jetzt wählen Sie nun die Unterkategorie „Kirche/Religiöse Gemeinschaft“ und geben Sie hier den künftigen Namen der Seite an (Beispiel: „Kolpingfamilie“). Anhand des Namens kann mithilfe der Suchfunktion die Seite gefunden werden. Achtung! Bitte beachten Sie, dass eine richtige Schreibweise wichtig ist, da im Nachhinein nur schwer eine Änderung vorgenommen werden kann. Nach Zustimmung der Richtlinien (Facebook-Seiten) kann es jetzt los-

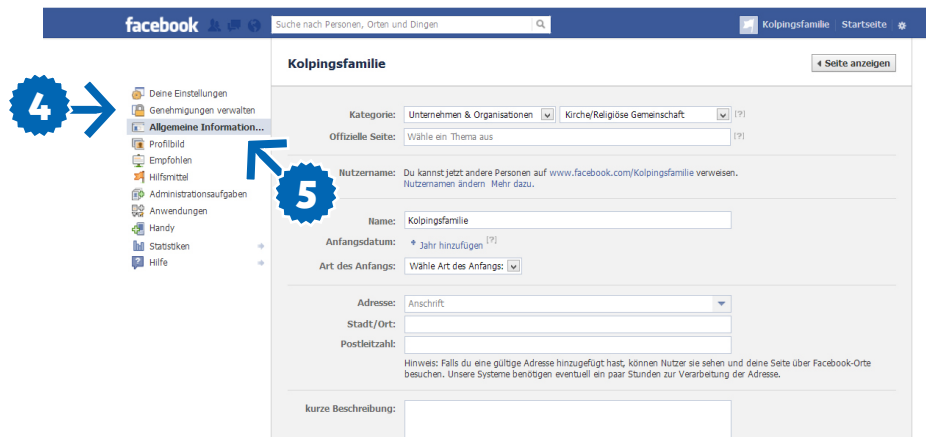
gehen. Nach diesem Schritt sind Sie Administrator der Seite und können somit diese jederzeit bearbeiten.

#### Zweiter Schritt – Seite bearbeiten:

3 Bei diesem Schritt werden Sie automatisch auf die von Ihnen erstellte Seite geführt, auf welcher Sie die grundlegenden Funktionen finden. Aktuell ist das die Seite mit der sogenannten „Chronik“. Über dieser finden angemeldete Administratoren den „Administrationsbereich“, in dem etwa Statistikkästen, Freunde-Übersichten usw. zu finden sind. Außerdem oben rechts ein Menüpunkt „Seite bearbeiten“. Hier auf „Informationen bearbeiten“ gehen.

Sie befinden sich nun im Menü „Einstellungen“, hier liegt die Schaltzentrale Ihrer Facebook-Seite. Als nächstes aktivieren Sie bitte bei dem Punkt „Genehmigungen verwalten“ die Option „Nur Administratoren können diese Seite sehen“, damit andere Nutzer die Seite nicht sehen können.





**4** Nun können Sie die Grundeinstellungen durchführen (ehe Sie die Seite für die Öffentlichkeit freigeben), indem Sie auf dieser Seite bestimmen, ob der Chronik-Reiter nur die Kommentare Ihrer Seite zeigt oder auch die der Nutzer, die auf Ihre Chronik posten. Zusätzlich können Sie entscheiden, ob die Nutzer an Ihre Chronik schreiben dürfen und evtl. Videos oder Fotos posten dürfen.

**Achtung:** Alle Änderungen bei diesen und allen anderen Einstellungen in Facebook müssen erst mit der Schaltfläche „Änderungen speichern“ abgespeichert werden!

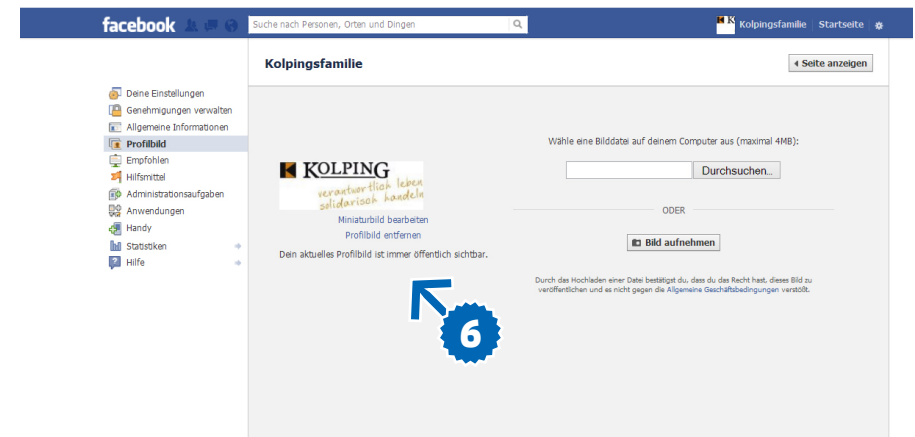
**Empfehlung:** Es empfiehlt sich, den Nutzern zu erlauben an die Chronik zu schreiben. So können Fragen der Nutzer von Administratoren der Seite beantwortet werden. Nähere Hilfen bei der Kommunikation finden Sie weiter unten.

### Dritter Schritt – Allgemeine Information:

**5** Bitte klicken Sie auf die Spalte „Allgemeine Informationen“, hier können Sie in die Maske die gewünschten Informationen eintragen. Nicht ausgefüllte Felder werden von Facebook später nicht angezeigt. In dieser Maske können Sie den Besuchern Ihrer Facebook Seite die wichtigsten Informationen bereitstellen.

### 6 Vierter Schritt – Profilfoto:

Ein wichtiger Gegenstand Ihrer perfekten Facebook-Seite ist das Profilbild. Klicken Sie hierzu auf „Profilbild“. Ein einheitlicher Auftritt der Kolpingfamilien im Diözesanverband Bamberg ist wichtig, damit ein Wiedererkennungswert „Kolping“ für jedermann erkennbar ist. Der Diözesanverband stellt Ihnen das entsprechende Logo gerne



zur Verfügung. Das erhaltene Bild speichern Sie nun auf Ihrem Computer ab. Nun gehen Sie auf „Durchsuchen“ und wählen die abgespeicherte JPG Datei aus und laden das Bild hoch. Aus diesem Bild wird automatisch ein Miniaturbild zurechtgemacht, welches immer angezeigt wird, wenn Sie etwas posten oder kommentieren.

### Fünfter Schritt – Administratoren verwalten:

Bitte überlegen Sie, ob Sie der alleinige Administrator sein möchten oder

andere Personen mit dieser Aufgabe vertraut machen möchten. Wenn ja, dann müssen Sie diese Personen zu Administratoren ernennen. Klicken Sie hierzu auf „Administratortaufgaben“ und fügen die gewünschte Person hinzu.

**7** Administratoren können jederzeit hinzugefügt oder entfernt werden. Im Gegensatz zu dem gängigen Content-Management-System (ist eine Software zur gemeinschaftlichen Erstellung, Bearbeitung und Organisation von Inhalten – zu meist Webseiten,



aber auch anderen Medienformen) erhalten die einzelnen Administratoren keine spezielle Berechtigung, dementsprechend haben alle Administratoren die selben Rechte bei der Bearbeitung und Veränderung der Facebook-Seite. Die zu den Administratoren gewählten Personen müssen deshalb sehr sorgfältig sein. Damit immer Klarheit und Übersichtlichkeit herrscht sollte ein Redaktionsplan erstellt werden, in welchem folgende Fragen festgehalten werden können:

- ➔ Wer postet auf Ihrer Facebook-Seite?
- ➔ Wie wird mit Kritik umgegangen?
- ➔ Wer ist für die Krisenkommunikation zuständig?
- ➔ Werden die Nutzer mit Du oder mit Sie angesprochen?

Für die Seite Facebook.com/Kolpingsfamilie ist klar fixiert, welcher Administrator wann postet und welche Person für die Inhalte verantwortlich ist. Die Anwender werden permanent per Du angesprochen und Kritik wird positiv aufgenommen. Wir verwenden keine Zensur, damit der Charakter des Netzwerkes nicht verfälscht wird. Unser Wunsch ist es, dass jede Person ihre Meinung frei äußern kann und dazu die Facebook-Seite als Diskussionsplattform benutzt. Selbstverständlich werden verletzend, rassistische oder beleidigende Kommentare nicht akzeptiert, solche Inhalte werden gelöscht und die Herausgeber blockiert.

Somit sind die relevantesten Grundeinstellungen durchgeführt. Durch das Anklicken des Buttons „Seite anzeigen“ kehren Sie zurück auf Ihre Seite, nun können Sie die Inhalte in Ihre Facebook-Seite einfügen.

**Hinweis:** Bitte machen Sie die Seite erst sichtbar (zweiter Schritt, „Nur Administratoren können diese Seite sehen“), wenn die Seite mit etlichen Informationen gefüllt ist, da der erste Eindruck sehr entscheidend ist.

## D. Grundlegende Funktionen

Die Seite ist nun angelegt und Profilbild hochgeladen – jetzt müssen die Inhalte eingefügt werden.

Die Chronik stellt die Schaltstelle der Kommunikation dar. Nachfolgend sehen Sie die Möglichkeiten wie Sie mit Ihren „Fans“ Kontakt aufnehmen können.

### 8 Status

Das relevanteste Kommunikationsmittel ist das Status – ein kurzer Text, eventuell mit Link oder Foto(s) bzw. Video. Sie wird direkt in die Seite getippt und mit „Posten“ abgeschickt. Sie taucht sowohl auf der Pinnwand als auch auf der Startseite alle Nutzer



auf, welchen die Seite gefällt, unter „Neuigkeiten“. Bitte stellen Sie nur relevante Beiträge online, damit Ihre „Fans“ nicht mit Spammeldungen überhäuft werden. Das Statusupdate soll die Nutzer anregen auf „teilen“, „kommentieren“ oder „gefällt mir“ zu klicken, um die Posts weiterzuerweitern. Dadurch ergibt sich die Möglichkeit mit Ihren „Fans“ in Kontakt zu treten.

**Hinweis:** Nach dem Posten kann die Statusmeldung nicht mehr bearbeitet werden, also Konzentration beim Tippen!

### 9 Foto

Sie sollten auf jeden Fall Fotos von Veranstaltungen oder anderen Ak-

tionen posten. Nicht an der Veranstaltung anwesende Personen haben dadurch eine Möglichkeit zu erfahren, was Ihnen entgangen ist. Teilnehmer hingegen können sich auf den Fotos wieder finden und auf Wunsch auch markieren. Empfehlung: Bitte veröffentlichten interessante und außergewöhnliche Bilder.

### 9 Video

Wenn Sie möchten, können Sie bei Facebook Videos hochladen. Empfehlenswert ist jedoch Videos auf Youtube hochzuladen und diese im Anschluss auf Facebook einzubinden (oben beschrieben).

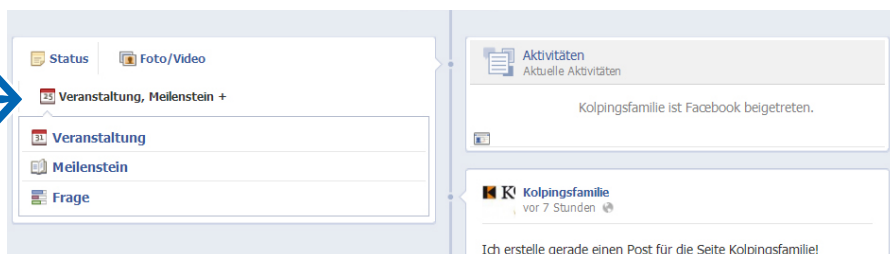
10



### 10 Link

Durch das Einfügen von Links können Sie alle Ihre Kommunikationsmittel einbeziehen. Wenn Sie die Fotos auf Flickr (ein kommerzielles Web-Dienstleistungsportal mit Community-Elementen, das es Benutzern erlaubt, digitale Bilder sowie kurze Videos mit Kommentaren und Notizen auf die Website zu laden und so mit anderen Nutzern zu teilen) hochgeladen haben, geben Sie bitte den Link zu Ihrem Video, um so die Klickzahlen zu steigern. Des weiteren können auch auf Ihrer Homepage erstellte Artikel oder Links zu digitalen Interviews einbezogen werden. Vergessen Sie bitte nicht den Link zu kommentieren und erläutern Sie immer worum es sich handelt.

12



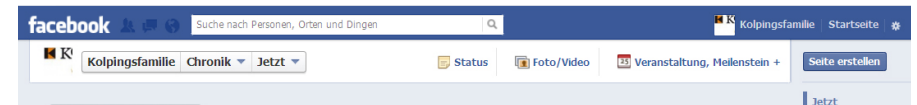
Durch Facebook wird die Einbindung und Optik von Links sogar vereinfacht, indem es von der Seite, die Sie verlinken – ein Foto, die Überschrift und ein Teasertext (in der Werbesprache ein kurzes Text- oder Bildelement, das zum Weiterlesen, -hören, -sehen, -klicken verleiten soll) anzieht. Sie haben aber die Option diese Vorgaben zu ändern, indem Sie die Überschrift oder den Teasertext anklicken und nach Ihrer Vorstellung abändern. Wichtig ist zu beachten, dass Minifotos eine rechtliche Grauzone darstellen – es ist zu klären, wer die Rechte an den angezeigten Bildern hat. Wenn Sie nicht selbst über die Bildrechte verfügen oder sich nicht sicher sind, dann verzichten Sie lieber auf Verwendung dieser. In diesem Fall klicken Sie „Kein Miniaturbild“ an.

**Hinweis:** Nach der Logik des Chronik-Layouts können Posts auch rückwirkend eingegeben werden. Dazu müssen Sie einfach links unten auf des Uhrensymbol **11** klicken und das Datum bestimmen. Der Pfeil rechts daneben ermöglicht Ortsangaben.

14

13

15



### 12 Veranstaltung, Meilenstein, Frage

Neben den Status- bzw. Foto/Videoposting gibt es die Möglichkeit, Veranstaltungen, Meilensteine oder Fragen zu posten.

Bei Veranstaltungen können Termin, Ort und Details einer KF-Veranstaltung bekanntgegeben werden.

Meilensteine sind wichtige Ereignisse, die in der Chronik vermerkt werden sollen – Gründungsjahr, Jubiläen, wichtige Ereignisse usw.

„Fragen“ ist ein interaktives Tool auf Facebook – hier können Sie eine Frage stellen und vorab Antwortmöglichkeiten fixieren. Die „Fans“ Ihrer Seite können ebenfalls Antworten anbringen, falls Sie dies nicht ausdrücklich verbieten. Die Frage bleibt nicht nur auf Ihre Facebook-Seite begrenzt, denn wenn ein Fan eine Frage beantwortet hat, kann sein gesamter Freundeskreis einsehen, welche Frage er beantwortet hat. Wenn diese Frage einer seiner Freunde ebenfalls interessiert, dann kann er diese ebenfalls beantworten, auch wenn er noch kein Fan diese Seite ist.

**Achtung:** Die Seite soll nicht mit Meldungen überschwemmt werden, hier sollten die gravierendsten und bedeutendsten Informationen erscheinen. In Normalfall sind fünf bis sechs

Meldungen pro Woche genügend. Versuchen Sie lieber Ihre Fans zum Dialog zu bewegen, daraus resultiert der wirkliche Vorteil von Facebook. Nachdem die Seite nun auch schon um Fotos und Meldungen erweitert wurde, sollten Sie jetzt die Sichtbarkeit wieder ermöglichen (wurde in zweiten Schritt eingeschränkt).

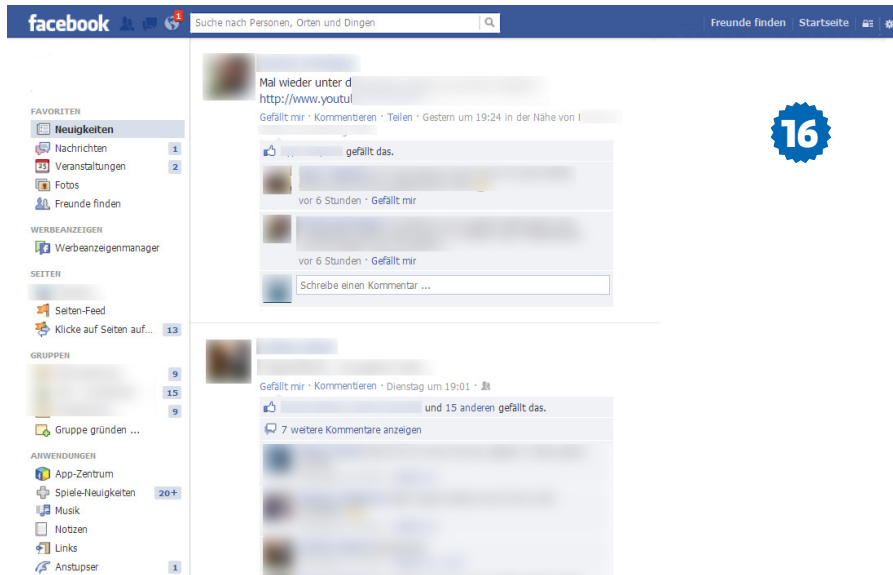
### Weitere Benutzung

Sicher wollen Sie selbst auch Informationen erhalten etwa von Ihren Freunden und bekannten Kolpingsfamilien. **13** Personen und andere Organisationsseiten finden Sie mit dem Suchfeld in der blauen Facebookleiste oben.

**14** Links davon sind drei Symbole, hier wird angezeigt, wenn Sie (von links) Freundschaftsanfragen, Nachrichten und Benachrichtigungen bekommen haben. Es erscheint dann eine Hervorhebung und die Zahl der eingegangenen Meldungen.

Weitere Voreinstellungen ändern können Sie bei den beiden Symbolen oben rechts neben „Startseite“.

**15** Mit dem Klick auf »Startseite« kommen Sie auf eine Übersichtsseite, die die letzten Meldungen Ihrer Freunde sowie alle weiteren wichtigen Benachrichtigungen usw. anzeigt. **16**



Beispiel-Startseite mit einer Leiste links mit Favoriten, Gruppen usw. In der Mitte sind die Statusmeldungen, Videos, Fragen und anderen Post Ihrer Freunde gelistet – zusammen mit Kommentaren und „Gefällt mir“-Meldungen.

## E. Wie kann ich Fans generieren?

Die Seite ist erstellt und die ersten Inhalte ausgerichtet. Das Ziel besteht jetzt darin, Freunde zu generieren. Nur wenn Facebook-Nutzer auf „Gefällt mir“ klicken, bekommen sie Ihre Beiträge.

### Vorschlagsfunktion

Die simpelste Methode die ersten Fans zu erlangen, besteht darin die Seite Ihrem persönlichen Netzwerk nahe zu legen. Hierfür müssen Sie auf der rechten Seite auf „Freunden vorschlagen“ klicken, dort können Sie den Aufgelisteten Ihre Seite empfehlen.

In dem Auswahlfeld können Sie nun alle Ihre Freunde markieren, welche die Seite eventuell interessieren könnte. Empfehlen Sie die Seite nur solchen Personen, von welchen Sie überzeugt sein können, dass ihnen die Seite höchstwahrscheinlich gefällt. So können Sie der Gefahr entgehen, erste Kritikpunkte zu bekommen.

Folgend werden die ersten Freunde schnell auf „Gefällt mir“ klicken, wodurch sie zum einen neue „Freunde“ erlangen und zum anderen auf die Chronik Ihrer Freunde sehen können: „XY gefällt die Seite ABC“. Dieser Eintrag ist wiederum für die Freunde Ihres

Freundes sichtbar, dadurch werden Sie ebenfalls auf die Seite aufmerksam und können auf „Gefällt mir“ klicken. So kann die Bekanntheit der Seite gesteigert werden.

### Werbung

Auch auf Facebook gilt, Werbung ist alles. Machen Sie die Menschen auf die neue Seite aufmerksam, damit diese den Verband im Facebook besuchen und auf „Gefällt mir“ klicken. Sinnvoll ist die Verlinkung von Ihrer Homepage direkt auf Ihre Facebook-Seite.

Sie können die Mitglieder Ihres Verbandes auf einer Veranstaltung oder durch ein Newsletter über die Existenz der Facebook-Seite informieren. Bitte fügen Sie den Link der Seite ein, so können die Leser der E-Mail direkt auf die Adresse zugreifen. Bitte raten Sie den Mitgliedern, die Seite dem Bekanntenkreis weiter zu empfehlen.

## F. FAQs = Oft gestellte Fragen

Herzlichen Glückwunsch zu Ihrer erstellten Seite und gewonnenen Fans. Nun wollen wir auf einige häufig gestellte Fragen eingehen, die in Bezug auf Facebook gestellt werden.

### Viraler Effekt

Viral bedeutet schneeballartig. Nutzen Sie diesen Effekt und versuchen Sie mit Ihren Statusmeldungen die Benutzer zur Interaktion zu bewegen, indem Sie selbst diskutieren und Nutzer diskutieren lassen. Damit erreichen Sie, dass auf der Pinnwand der Nutzer, die Ihre Statusmeldungen kommentieren, eingetragen wird: „XY hat den Status von ABC kommentiert:...“. Sie können sicher davon ausgehen, dass Nutzer die bisher kein Fan Ihrer Seite sind dadurch auf Ihre Seite aufmerksam werden.

Eine qualitativ herausragende Seite mit exklusiven Inhalten ist vielversprechend, wenn die Benutzer einen Mehrwert für sich sehen können. Damit können Sie langfristig immer mehr Fans generieren. Posten Sie deshalb kontinuierlich interessante und relevante Inhalte!

### Brauche ich einen privaten Account, um eine Facebook-Seite anlegen zu können?

Es besteht die Möglichkeit eine Seite auf Facebook anzulegen und zu administrieren, ohne einen privaten Account



anzulegen. Hiervon raten wir jedoch ab. Bitte beachten Sie, dass das Vorhandensein ausschließlich eines „Unternehmens-Kontos“ einen eingeschränkten Zugang zu Informationen auf der angelegten Seite erlaubt und über einen geringen Teil der Funktionen eines normalen privaten Kontos verfügt. Sie müssen dafür aber trotzdem genauso viele Daten von sich verraten. Lassen Sie sich hiervon nicht verunsichern! Erstellen Sie ein normales Konto, verraten Sie nur die Informationen die sie möchten, stellen Sie Ihre Privatsphäreneinstellungen richtig ein und legen Sie dann mit Ihrem privaten Konto eine Seite für Kolpingfamilie an. Auf diese Weise können Sie alle Funktionen nutzen und bewahren trotzdem den Überblick über Ihre Daten.

### Welche Inhalte darf ich posten?

Bitte treffen Sie mit der Führung Ihres Verbandes Vereinbarungen, was Sie posten möchten. Beachten Sie auch, in wessen Namen Sie posten. Klären Sie vorab mit den Verantwortlichen, ob die Inhalte, die Sie posten möchten freigegeben sind, denn gepostete Inhalte lassen sich oft nicht zurücknehmen.

**Beachte:** Damit Ihre Pressemeldungen nicht langweilig und trocken wirken, können Sie die Inhalte der PM benutzen, formulieren Sie diese aber knapp und bündig. Die Fans sollten über wichtige Entwicklungen im Ver-

band informiert werden. Es ist nicht sinnvoll komplette Beschlusstexte zu posten, verfassen Sie hier eine kurze Zusammenfassung und verlinken Sie zum Beschluss auf Ihrer Homepage! Sie können Fotos von Events auf Facebook hochladen und wichtige Ereignisse der Veranstaltung mitteilen.

Bitte berücksichtigen Sie, dass Ihre Posts möglichst viele Fans/Freunde veranlassen sollen, auf „Gefällt mir!“ Button zu klicken, um die Meldung zu verbreiten.

### Wie oft sollte gepostet werden?

Fünf bis sechs Meldungen pro Woche sind ausreichend. Veröffentlichen Sie nur bedeutende Inhalte, die Feedback generieren!

### Darf ich Kommentare zensieren?

Bitte überlegen Sie sich vorher, wie Sie mit negativen Kommentaren zurecht kommen. Kommentare mit konstruktiver Kritik sollten Sie nicht löschen oder blockieren, da dies zu gravierenden Reaktionen führt. Sie sollten auf die Kritik eingehen und Missverständnisse aufklären. Oft lassen sich kritische Kommentare anderer Nutzer durch die Fans der Seite regeln oder richtig stellen.

### Wie gehe ich mit einer Welle negativer Kommentare um?

Schon bei der Erstellung der Facebook-Seite sollte geklärt werden, wer

hierfür zuständig ist und wie er in solchen Situationen reagieren soll. Da die Kommunikation im Social Web schneller zu Stande kommt, als man denkt, kann sich aus einem kritischen Kommentar schnell ein PR-Problem ergeben.

Sie sollten keinesfalls den kritischen Nutzer verwirren, weil Sie die Kritik nicht ernsthaft nehmen. Widerlegen Sie Ihre Anhaltspunkte objektiv, begreifend und höflich. Meist ist es sinnvoll, den Kritikern in einigen Punkten zuzustimmen: „Lieber XY, ich verstehe Deine Position, aber ...“ oder „Lieber XY, in Bezug auf... hast Du vollkommen Recht, dennoch ziehen wir aus diesem Sachverhalt andere Konsequenzen“. Bitte versuchen Sie die Kontrolle über die Diskussion zu bewahren, löschen Sie keinesfalls die Kritiker und Ihre Beiträge von der Seite. Falls Sie wegen Ihrer Antwort unsicher sind, dann informieren Sie den Nutzer, dass seine Beschwerde zur Kenntnis genommen wurde: „Wir haben einige Kommentare zu ... bekommen. Vielen Dank für eure offenen Worte. Wir werden der Sache auf den Grund gehen und Euch über das Thema informieren, sobald uns alle Fakten bekannt sind. Wir bitten um Verständnis und etwas Geduld“. Sobald Sie sich etwas passendes überlegt haben, können Sie auf den Kommentar antworten. Selbstverständlich können Sie auch Nutzer blockieren, aber nur, wenn sie rassistische, beleidigende oder sachfremde Beiträge posten.

### Wie kann ich ein Impressum einfügen?

Facebook ist nicht rechtsfrei. Das Urheberrecht – vor allem für Bilder – gilt hier natürlich – und Fansseiten brauchen auch ein Impressum. Ein schneller Generator findet sich unter: [e-recht24.de/impressum-generator.html](http://e-recht24.de/impressum-generator.html)

### Können mehrere Personen eine Fansseite administrieren?

Administratoren können jederzeit hinzugefügt oder wieder entfernt werden, jedoch kann den Administratoren momentan keine spezielle Berechtigung zugeordnet werden. Jeder Administrator kann die Seite gleichermaßen bearbeiten. Bitte legen Sie immer fest, wer für welche Aufgaben verantwortlich ist und erstellen Sie gegebenenfalls einen Redaktionsplan, um Unordnung und Missverständnisse zu verhindern.

### Welche Funktion hat der „Gefällt mir!“-Button?



Durch einen Klick auf „Gefällt mir“ werden Sie mit einer Seite verbunden und ordern deren Inhalte. Diese finden Sie unter „Neueste Meldungen“ vor. Durch das Klicken auf „Gefällt mir“ wird automatisch eine Meldung auf Ihrem Profil gepostet „XY gefällt...“. So wird die Meldung an Ihren Freundeskreis übermittelt und weiterverbreitet.

# Daten und Fakten – Statistische Ergebnisse des Allenbach-Instituts zum Thema Facebook und Soziale Medien

Liebe Kolpingschwestern und Kolpingbrüder,

anbei noch ein paar Anmerkungen aus einer Studie des Institutes für Demoskopie Allensbach.

Liebe Grüße und ein Treu Kolping

Wolfgang Hellmann und Bernd Riedl

Das Institut für Demoskopie Allensbach hat in seinem Bericht vom Juli 2012 einige Ergebnisse der Computer- und Technik-Analyse (ACTA), die jährlich ermittelt wird, veröffentlicht.

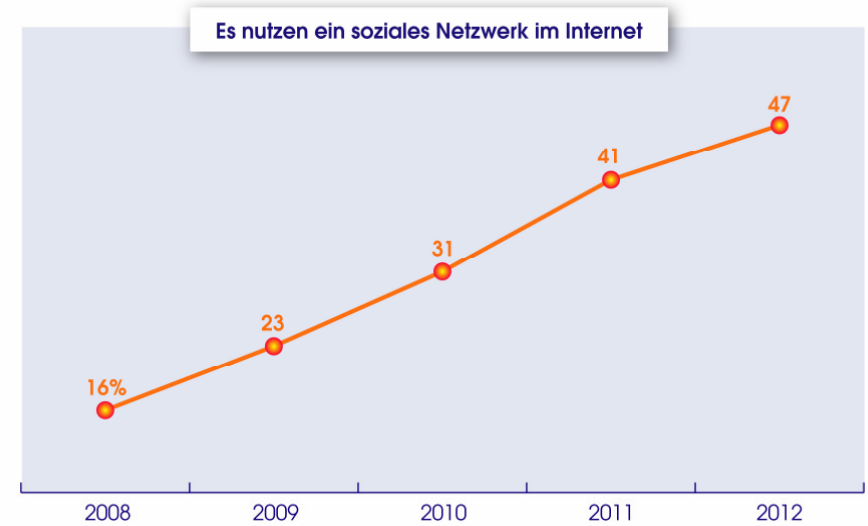
In dieser Studie wurde unter anderen festgestellt, dass die Sozialen Netzwerke für alle Altersgruppen an Bedeutung gewinnen wie im Schaubild 1 deutlich dargestellt wird.

Auch in den mittleren und höheren Altersgruppen sind die Nutzerzahlen rapide gestiegen. So nutzen ca. 80% der 14-29 Jährigen ein soziales Netzwerk, aber auch bei den 30-39 Jährigen sind es mittlerweile 56% Nutzer. Selbst von den 50-64 Jährigen nutzt gut jeder Fünfte ein soziales Netzwerk. (Schaubild 2)

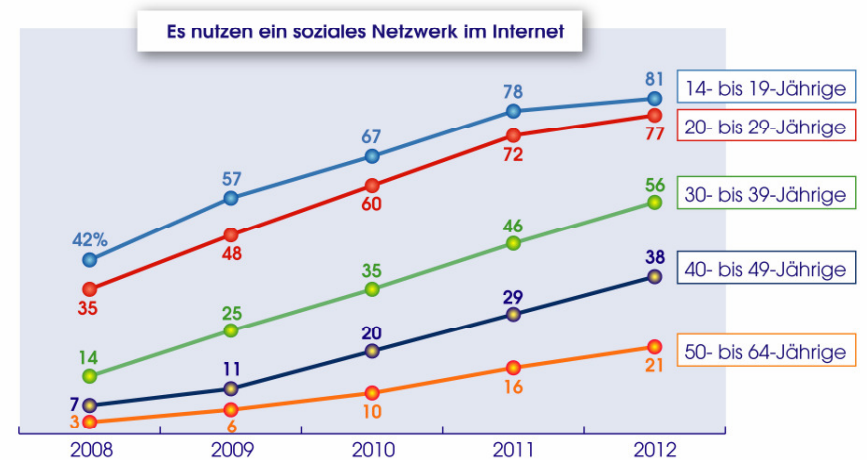
Ein Leben ohne Facebook & Co wäre für viele junge Mitglieder sozialer Netzwerke nicht mehr vorstellbar. 51% der 14- bis 19 jährigen Nutzer sozialer Netzwerke stimmen der Aussage zu „Ich kann mir ein Leben ohne soziale Netzwerke nicht mehr vorstellen.“ Im Vergleich dazu können sich 73% dieser Altersgruppe ein Leben ohne Handy nicht mehr vorstellen. Auch in den anderen Altersgruppen, insbesondere bei den 20- bis 29 jährigen Mitgliedern sozialer Netzwerke, gibt es inzwischen ebenfalls einen bemerkenswerten Zuwachs. (Schaubild 3)

Basis: Bundesrepublik Deutschland, deutsche Bevölkerung 14 bis 64 Jahre  
Quelle: Allensbacher Computer- und Technik-Analysen, zuletzt ACTA 2012

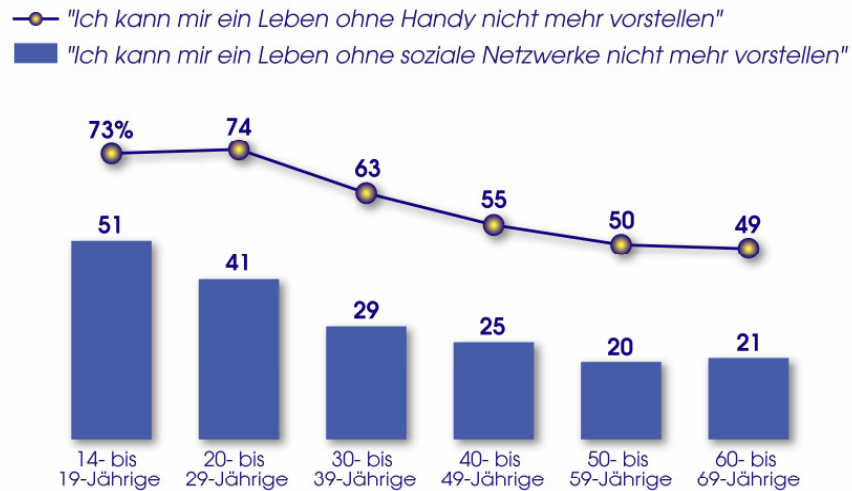
**Schaubild 1** Fast die Hälfte der 14 bis 64-jährigen der Bevölkerung ist inzwischen Mitglied in einem sozialen Netzwerk.



**Schaubild 2** Deutlich steigende Nutzerzahlen auch in den mittleren und höheren Altersgruppen



**Schaubild 3** Leben ohne soziale Netzwerke nicht mehr vorstellbar



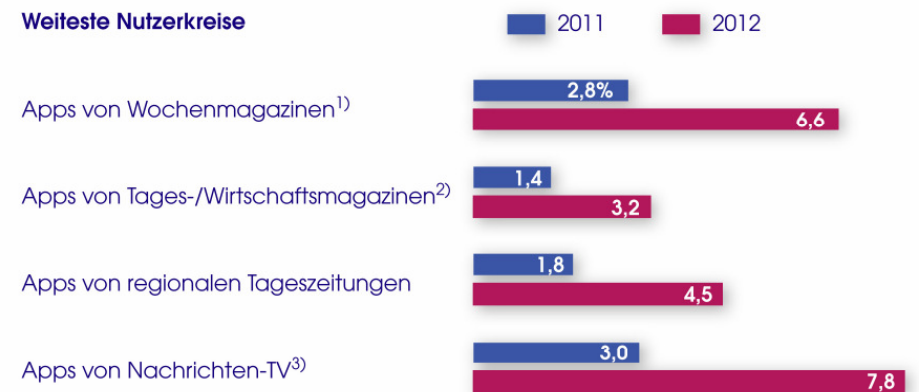
Das Einflussgebiet vieler Medienmarken wird von der ACTA in verschiedenen Bereichen wie z. B. Print, browserbasierte Online-Nutzung und Apps untersucht. (Schaubild 4)

Besonders auffällig ist der Anstieg der Nutzerkreise von Medienapps mit tagesaktuellen Informationen im Vergleich zum Vorjahr. So nutzten 2011 2,8% der Bevölkerung die Apps von Focus, der Spiegel, Stern und die Zeit, heute sind es bereits 6,6% die zum Nutzerkreis dieser Medien gehören. Ebenfalls die Apps von Tages- bzw. Wirtschaftszeitungen (überregional) sowie die regionale Tageszeitung und Nachrichtensendern werden heute von mehr Menschen genutzt als noch 2011. (Schaubild 5)

**Schaubild 4** Medienmarken in der ACTA 2012



**Schaubild 5** Signifikanter Anstieg der Nutzung von Medien-Apps mit vorwiegend tagesaktuellen Informationen





Facebook (Eigenschreibweise: Facebook; englisch wörtlich: „Gesichtsbuch“, sinngemäß: „Jahrbuch“) ist ein kommerzielles soziales Netzwerk. Mark Zuckerberg eröffnete das Angebot im Februar 2004. Einige Monate später gründete er das Unternehmen Facebook Inc., das seitdem für den Betrieb zuständig ist. Im Oktober 2012 waren nach Unternehmensangaben rund eine Milliarde monatlich aktive Nutzer angemeldet. Damit ist Facebook weltweit die meist besuchte Website, in Deutschland liegt es auf Rang zwei hinter Google.

Nutzer von Facebook müssen sich mit einem persönlichen Profil registrieren. Jeder, der nach eigenen Angaben mindestens 13 Jahre alt ist, kann Mitglied werden.

Die Plattform wurde 2004 von Mark Zuckerberg gegründet, der an der Harvard-Universität Psychologie und Informatik studierte. Er hatte zuvor Facemash, ein inoffizielles bebildertes Jahrgangsverzeichnis erstellt, bei dem Studenten die Bilder anderer Kommilitonen im Internet bewerten konnten. In Harvard war die offizielle Online-Umsetzung der offiziellen, gedruckten Jahrgangsverzeichnisse aufgrund von Datenschutzbedenken nur langsam in Gang gekommen. Das erweiterte Konzept verbreitete sich zunächst über die Ivy-League-Universitäten und anschließend weltweit. Die Plattform erreichte im September 2011 rund 800 Millionen Mitglieder weltweit.

*wikipedia.de*

# *Kolping in 12 Sätzen*

- 1. Wir laden ein und machen Mut zur Gemeinschaft.*
- 2. Wir handeln im Auftrag Jesu Christi.*
- 3. Wir nehmen uns Adolph Kolping zum Vorbild.*
- 4. Wir sind in der Kirche zu Hause.*
- 5. Wir sind eine generationenübergreifende familienhafte Gemeinschaft.*
- 6. Wir prägen als katholischer Sozialverband die Gesellschaft mit.*
- 7. Wir begleiten Menschen in ihrer persönlichen und beruflichen Bildung.*
- 8. Wir eröffnen Perspektiven für junge Menschen.*
- 9. Wir vertreten ein christliches Arbeitsverständnis.*
- 10. Wir verstehen uns als Anwalt für Familie.*
- 11. Wir spannen ein weltweites Netz der Partnerschaft.*
- 12. Wir leben verantwortlich und handeln solidarisch.*